

DE LA NOVELA AL MUSICAL: EL CASO DE LOS MISERABLES

(FROM THE NOVEL TO THE MUSICAL: THE MISERABLES CASE)

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

MODALIDAD A - INVESTIGACIÓN

ALUMNA: SARA SABATER TARÍN

TUTOR: JOSE ANTONIO PALAO ERRANDO

FECHA: 26 JUNIO 2015

1. RESUMEN

De la novela al musical: el caso de Los miserables es un trabajo de investigación que intenta resolver ciertas cuestiones que giran alrededor de la obra literaria *Los miserables*, novela que escribió Víctor Hugo hace casi 155 años y que hoy por hoy sigue siendo un éxito mundial. La novela empezó cautivando a una parte de las sociedades de la Francia de mitad del SXIX a la par que cabreaba a otro tanto que la tachaban de revolucionaria y en contra de las altas sociedades.

Llegó a causar tanta sensación que a partir de esa novela y con la llegada de la revolución tecnológica, las cámaras, las televisiones y la necesidad de una sociedad, lo que fue una novela en papel pasó a ser una representación visual en la pantalla. Aunque esas primeras representaciones mudas no tuvieron un gran impacto en la sociedad ya que ¿cómo se puede dar a conocer una novela que lo que genera es la necesidad de gritar al mundo qué ocurre en la sociedad francesa cuando la película es muda?

Con la aparición de la sonorización, esa voz de la sociedad que necesitaba oírse puede empezar a generarse y lo hace con una serie de películas que empiezan a encender la llama del interés en el público pero no llegan a la repercusión que una novela como *Los miserables* requiere. Por ello hay que esperar hasta el año 2000, año que la directora Josee Dayan decide que es hora de revolucionar la sociedad y no sólo la francesa. Ella es consciente de la posibilidad que tiene entre manos de llevar al éxito en modo audiovisual una novela épica.

Y con el nivel visual del MRI (Modelo de Representación Institucional) y todas las novedades a nivel técnico se traspasó de forma inminente y guiada por la novela, la novela a la pantalla y paralelamente a estas intervenciones de *Los Miserables* en la gran pantalla o en la pantalla chica, esta obra se empieza a gestar para encima de un escenario y reducida a un tiempo de dos horas y media de historia. Y no sólo eso, sino que además se generó de forma musical y no únicamente teatral, es decir, *Los*

miserables pasan de la mente de Víctor Hugo al papel, al cine mudo, a las películas sin repercusión, a la miniserie más sonada y al escenario como musical.

Y la gran pregunta en este sentido es ¿Cómo se puede traspasar de forma técnica la novela a un escenario teniendo en cuenta los saltos en el tiempo de la novela, la caracterización del mismo personaje con el paso de los años, los diferentes ambientes, las diferentes ciudades, además de que el público pueda continuar y entender el argumento a través de canciones?

Aunque el musical lleva casi 30 años representándose es muy diferente técnica y visualmente las primeras versiones en las que era mucho más difícil poder seguir la historia que ahora que gracias a las nuevas tecnologías sabe perfectamente en qué tiempo y lugar estás sin necesidad de que te lo digan. Este musical empezó en Londres y se extendió por el mundo entero. Es el musical que más dinero ha generado y que más personas han visto en todo el mundo. Tal es el éxito que en el 2012 se decidió plasmar audiovisualmente el musical. Esto no quiere decir que grabaron el musical sino que adaptaron *Los miserables* en formato musical dentro de una pantalla de cine, sin tener en cuenta los pros y los contras que eso puede generar en el público.

Palabras clave: miserables, Víctor, Hugo, musical, miniserie, cine

1.2 ABSTRACT

From the novel, to the musical: The miserable case is a research project that attempts to resolve certain issues that revolve around *The misérables* written by Victor Hugo almost 155 years ago and today remains a worldwide success. The novel began captivating part of the societies of the mid-SXIX France at the same time as it was crossed out revolutionary and against the high society.

He came to cause as much sensation from the novel and with the arrival of the technological revolution, cameras, televisions and the need for society, which was a novel paper became a visual representation on the screen. Although these early silent performances were not a big impact on society because how can you provide a novel that is generating the need to shout to the world what happens in French society when the film is silent?

With the arrival of sound, the voice of society needed to be heard and does so with a series of films that begin to light the flame of interest in public but do not reach the impact that a novel like *The misérables* required. So we have to wait until 2000, the year that the director Josee Dayan decides it's time to revolutionize society and not just the French. She is aware of the opportunity at hand to bring the success of an epic novel audiovisual mode.

And with the visual level MRI (Model of Institutional Representation) and the latest technical level was transferred imminently and guided by the novel, this work begins to develop for on stage and reduced to a time of two hours of history. Not only that, but also generated musically and not just theater, that is, the miserable pass from the mind of Victor Hugo to the role, silent movies, movies without repercussion, the most talked miniseries and stage as a musical.

And the big question in this regard is how can be transferred in a technical way the novel on stage considering the jumps in time of the novel, the characterization of the same character over the years, different environments, different cities, plus the public can understand the argument and continue through songs?

Although the musical has nearly 30 years he represented very different technical and visually earlier versions where it was much more difficult to follow the story now thanks to new technologies knows exactly at what time and place you are without you so say. It is the musical that has generated more money and more people have seen around the world. Such is the success that it was decided in 2012 audio-visually capture the musical. This does not mean that they recorded the musical *The miserables* in musical adapted format within a movie screen, without considering the pros and cons that can generate in the public.

Keywords: miserables, Victor Hugo, musical, miniseries, movies.

2. ÍNDICE

1. RESUMEN	1
2. ÍNDICE	5
3. PRÓLOGO	9
4. INTRODUCCIÓN	11
5. OBJETIVOS E HIPÓTESIS	15
6. METODOLOGÍA	16
7. ESTRUCTURA	17
8. MARCO TEÓRICO	18
8.1 ORIGEN DE LOS MISERABLES	18
8.2 EUGÈNE SUE Y LOS MISTERIOS DE PARÍS	19
8.3 RELACIÓN SUE – HUGO	20
9 BREVE RESUMEN DEL ARGUMENTO DE “LOS MISERABLES	24
10.A RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN: LA NOVELA	26
10.1 VÍCTOR HUGO	27
10.2 INSPIRACIÓN	28

10.B RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	30
11. LA TELEVISIÓN	35
12. EL MUSICAL	40
13 EL CINE	48
14 CONCLUSIONES	56
15 EPÍLOGO	64
16 BIBLIOGRAFÍA	65

2.2 INDEX

9. ABSTRACT	1
10. INDEX	5
11. PROLOGUE	9
12. INTRODUCTION	11
13. OBJECTIVES AND HYPOTHESIS	15
14. METHODOLOGY	16
15. ESTRUCTURE	17
16. THEORETICAL FRAMEWORK	18
8.1 ORIGIN OF THE MISERABLES	18
9.2 EUGÈNE SUE AND THE MYSTERIES OF PARÍS	19
8.3 RELATIONSHIP SUE – HUGO	20
10. SYNOPSIS ABOUT THE MISERABLES	24
10.A RESULTS: THE NOVEL	26
10.1 VÍCTOR HUGO	27
10.2 INSPIRATION	28

10.B RESULTS	
11. THE TV	30
12. THE MUSICAL	35
13 THE FILM	40
	48
14 CONCLUSIONS	
	56
15 EPILOGUE	
	64
16 BIBLIOGRAPHY	
	65

3. PRÓLOGO

De la novela al musical

“A los ignorantes enseñadles lo más que podáis; la sociedad es culpable por no dar instrucción gratis; es responsable de la oscuridad que con esto produce. Si un alma sumida en las tinieblas comete un pecado, el culpable no es en realidad el que peca, sino el que no disipa las tinieblas.

El humano sometido a la necesidad extrema es conducido hasta el límite de sus recursos, y al infortunio para todos los que transitan por este camino.

Trabajo y salario, comida y cobijo, coraje y voluntad, para ellos todo está perdido. La luz del día se funde con la sombra y la oscuridad entra en sus corazones; y en medio de esta oscuridad el hombre se aprovecha de la debilidad de las mujeres y los niños y los fuerza a la ignominia. Luego de esto cabe todo el horror. La desesperación encerrada entre unas endeble paredes da cabida al vicio y al crimen...

Parecen totalmente depravados, corruptos, viles y odiosos; pero es muy raro que aquellos que hayan llegado tan bajo no hayan sido degradados en el proceso, además, llega un punto en que

*los desafortunados y los infames son agrupados, fusionados en
un único mundo fatídico.*

Ellos son "Los Miserables", los parias, los desamparados."

Víctor Hugo, Los miserables 1862

4. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo examinar la evolución de la obra literaria *Los miserables* y de cómo un libro del Siglo XIX, que Víctor Hugo empezó a escribir en los últimos años de su vida, ha pasado a tener un éxito mundial tanto literariamente como cinematográficamente, televisivamente y teatralmente. Teniendo como base la novela escrita, nos centraremos en las estrategias que se han utilizado para hacer de esta obra literaria uno de los productos que más dinero han generado a nivel audiovisual.

Para poder abarcar esta estrategia hay que tener en cuenta el origen de *Los miserables*, es decir, el ambiente de romanticismo que giraba alrededor a la literatura francesa de esa época. Ese romanticismo no sólo destacó a Víctor Hugo y a sus miserables sino que englobó muchas otras novelas que sin llegar al éxito de *Los miserables* generaron gran controversia y habladurías en la Francia del S XIX destacando *Lés Revolutions* (1837) de Lamartin o *Les Chouans* (1929) de Balzac.

En esa Francia de grandes literatos existen temas muy puntuales que casi todos los autores introducen en sus obras: la historia en sí misma y el hombre como ser social. Estos dos ítems serán parte fundamental del análisis que durante este trabajo se va a desarrollar porque aunque son temas utilizados en un lugar concreto y en una fecha concreta, han trascendido siglos, idiomas y países para convertirse en noticia de actualidad.

En primer lugar el tema de este trabajo será el análisis de *Los miserables* como producto económico mundial (a nivel de obra literaria, de película, de serie y de teatro musical). En segundo lugar este trabajo también tratará de estudiar la forma en la que esos productos, de forma independiente (película, serie y musical), han conseguido plasmar un escrito en papel del SXIX en algo audiovisual.

Cómo última propuesta, intentaremos extraer o deducir la estrategia más correcta para conseguir que un producto, que ya tiene un éxito por sí mismo (en este caso la novela de Víctor Hugo), pueda convertirse en otro éxito desde otro formato o plataforma audiovisual, intentando aplicarlo a otro producto ya existente.

4.2 INTRODUCCIÓN

This research aims to examine the evolution of the literary work *The miserables* and how a book of the nineteenth century, Victor Hugo began writing in the last years of his life, has taken on a global success both literarily and cinematically, televising and theatrically. On the basis of the written novel, we will focus on the strategies that have been used to make this literary one of the products that have generated more money audiovisual level.

To cover the origin of this strategy must take into account *The miserables* that is, the atmosphere of romance revolving around the French literature of the time. That romanticism not only said Victor Hugo and his miserable but encompassed many other novels that without the success of *The miserables* generated much controversy and gossip in France in the S XIX highlighting The Revolutions (1837) of Lamartin or Les Chouans (1929) Balzac.

In the France of great writers there are very specific issues that almost all authors introduce in his works: the story itself and man as a social being. These two items are fundamental in the analysis for this work will be developed because although they are themes used in a particular place at a particular date, have transcended centuries, languages and countries to become news today.

First, the theme of this work is the analysis of *The miserables* as world economic output (at the literary, film, serial and musical theater). Secondly this paper will also seek to explore ways in which such products independently (film, series and music), have managed to capture a written paper audiovisual SXIX something.

How latter proposal, I will try to extract or deduce the correct strategy to get a product, which is already a success in itself (in this case the novel by Victor Hugo), can become another success from another format or audiovisual platform, trying apply it to an existing product.

5. OBJETIVOS PRINCIPALES - HIPÓTESIS

Los objetivos principales de este trabajo son:

1. Desvelar las estrategias que se han llevado a cabo para conseguir que *Los miserables* sea, a día de hoy, un producto mundial con grandes beneficios económicos
2. Analizar las plataformas audiovisuales en las que *Los miserables* se han representado y examinar la parte técnica de estas producciones.
3. Intentar crear una estrategia solvente, en la medida de mis posibilidades, para crear productos audiovisuales de una obra literaria ya existente.

La hipótesis que se genera con esta investigación es:

El éxito generacional de *Los miserables* se debe a tres factores:

1. La historia de un París del SXIX en la sociedad actual y su adaptación
2. Un conocimiento claro del público objetivo¹ a quiénes va a ir dirigido el montaje audiovisual
3. Una estrategia de comunicación, publicidad y marketing que permite crear expectación en los espectadores dando relevancia a la historia.

¹ "Se trata del público al que diriges tus acciones de comunicación y/o al que quieres venderle tu producto o servicio. Es importante tenerlo claramente definido e identificado para aumentar las posibilidades de acierto en tus acciones de Marketing" como explica Virginia Borges, experta en Márketing rentable (2012)

6. METODOLOGÍA

Dado a las pocas referencias bibliográficas y a los pocos estudios sobre el tema², el desarrollo de este trabajo ha tenido que basarse conocimientos sobre el tema adquiridos durante estos cuatro años de carrera, la utilización de artículos en periódicos sobre especialistas en cualquier adaptación de los miserables, entrevistas y escritos de los propios productores del musical o de los directores de cada película o serie, libros específicos sobre cine musical, efectos especiales en películas y sobre estrategias de marketing.

Tras escoger aquellos artículos y entrevistas, así como libros que nos interesaban hemos podido organizar una bibliografía más específica de todo lo que engendra a *Los miserables*. Además de toda la parte de lectura hay que tener en cuenta el visionado de todas las piezas audiovisuales en las que se ha basado este trabajo:

JORDAN Glenn. *Los miserables* (1978)

AUGUST Billie. *Los miserables* (1998)

DAYAN Josee. *Los miserables* (2000)

HOOPER Tom. *Los miserables* (2012)

Así como la nueva adaptación teatral:

Los miserables, el musical (2010-2015)

² Después de haber buscado bibliografía específica de *Los miserables* como producto musical, estratégico, cinematográfico o incluso publicitario no he encontrado nada. He buscado en la biblioteca de la Universitat Jaume I (UJI), en la biblioteca municipal de Burriana y en la biblioteca municipal de Castellón, así como en la Biblioteca Nacional de España (BNE) y que tuviera relación con la novela sólo he podido encontrar el escrito original de Víctor Hugo.

7. ESTRUCTURA

Este trabajo estará dividido en 4 partes que se corresponden al orden cronológico de cada adaptación, es decir, en primer lugar hablaremos sobre la novela escrita de Víctor Hugo, en segundo lugar hablaremos de la adaptación televisiva, en tercer lugar hablaremos del musical y en cuarto lugar expondremos la adaptación cinematográfica-musical del 2012. En total se va a analizar el libro, la serie del 2000, el musical y la película de 2012.

En el desarrollo del análisis sobre la novela *Los miserables* se hablará sobre qué se esconde detrás de esas páginas, qué intenciones intenta desvelar Víctor Hugo, por qué es interesante para llevarla a la pantalla y una serie de cuestiones más dirigidas al origen del éxito que futuramente tendría la novela. Una vez el análisis de la novela esté desarrollado nos centraremos en el análisis audiovisual en el que se planteará el por qué en esa época se lleva a cabo la adaptación de *Los miserables*, hablaremos sobre la audiencia y el público objetivo o target al que va dirigido e intentaremos explicar la estrategia publicitaria que se lleva a cabo para vender el producto

Muchos de estos ítems varían mucho en cada adaptación, ya que no es la misma intención publicitaria la que se lleva en 1978 que la que se puede llevar en el 2000. No está dirigido al mismo público la adaptación de 1998 que el musical en la segunda etapa de su creación.

Después intentaremos sugerir una idea publicitaria y de mercado para casos como el de *Los miserables*, es decir, de cómo un libro puede convertirse en un éxito mundial audiovisual con una buena estrategia de difusión, de expectación y de intencionalidad dentro de esa publicidad. Finalmente resumiremos las ideas más importantes y extraeremos una serie de conclusiones para cerrar el desarrollo de este trabajo.

8. MARCO TEÓRICO

8.1 ORIGEN DE LOS MISERABLES

Los miserables tiene su origen en una obra llamada *Los misterios de París* (1840-1842) escrita por Eugène Sue (1804 - 1857). Esta novela, aparentemente ficticia y sin ninguna intención más allá de la necesidad del autor de ganar algo de dinero, acabó convirtiéndose en una guía para muchos de los autores posteriores como pueden ser Balzac, Dumas o nuestro autor estrella del trabajo, Víctor Hugo y su obra *Los miserables*.

Los misterios de París genera en el lector una lluvia de ideas y de conceptos que van desarrollando a medida que se van publicando los fascículos, ya que se publica cada domingo con el periódico. Esta novela no es la típica que se podía leer en una revista francesa ya que es la primera obra que habla sobre la realidad francesa, aunque una realidad escondida dentro de la ficción y la vida de los personajes. El pueblo francés no estaba acostumbrado a que en un folletín se hablará de lo que realmente sucedía en la sociedad parisina/francesa y gracias a la obra de Eugène Sue, *Los misterios de París* sirve como precursora del movimiento literario del romanticismo que utilizarán autores como Hugo con *Los miserables*

8.2 EUGÈNE SUE Y LOS MISTERIOS DE PARÍS

Eugène Sue nació en 1804 y como Umberto Eco explica en *Socialismo y Consolación* (1970) a Eugène le empezaron a rondar por la cabeza ideas de ayuda al desfavorecido, de crítica a las injusticias y así fue como empezó introduciendo en un segundo plano estas peticiones de ayuda entre las líneas de sus publicaciones, demandaba un poco de justicia y explicaba en clave de historia ficticia la situación precaria de las gentes pobre del París que en esa época estaba conociendo.

Así es como llegó la obra estrella de Eugène Sue, *Los misterios de París*. Aparentemente la novela cuenta una simple historia de aventuras pero este argumento es la parte visible, pues entre sus líneas se entrevé una crítica y una exposición de la injusticia que se vivía en París en esa época. Nos muestra los callejones miserables de París y todas sus gentes de distinta procedencia, prostitutas, borrachos, maleantes, pobres, marginales, vagabundos, mesoneros de bares de mala muerte... Todo esto recoge un grito de socorro desde el interior de los suburbios de París y un grito de esperanza socialista (ya que el autor es profundamente socialista en el momento que escribe la obra) que ayude a los más desfavorecidos.

La realidad de *Los misterios de París* encarna la idea de poner en primera plana todas las injusticias y manifestar sus desacuerdos con las clases altas de París, esto conlleva a demandar cambios en la sociedad, cambios que engloben a todas las personas y no sólo a la nobleza o a los que tienen un título entre manos o mucho dinero. Cambios por y para el pueblo que exijan derechos al mismo nivel que cualquier persona de alta alcurnia. Se considera a *Los misterios de París* la primera “*novela social*”³ [Picard, 2005: 165-183]

³ Concepto utilizado por Roger Picard, clásico en el estudio del romanticismo francés, como una novela que expresa sentimientos u opiniones en torno a la sociedad, por lo cual se divide en dos vertientes: la novela descriptiva y la novela ideológica.

8.3 RELACIÓN SUE – HUGO

Los misterios de París y *Los miserables* son obras paralelas que con historias argumentativas distintas buscan lo mismo, y así como la novela de Sue fue la más importante a nivel de obra por fascículos y catapultó a Sue a la fama, *Los miserables* hizo lo mismo con Víctor Hugo sin ser una novela de entregas.

Como explica el artículo titulado *La novela por entregas: los best sellers del SXIX* (2005) sabemos que la novela cuenta la historia de Rodolfo, un hombre noble atormentado por un pasado que intenta remediar haciendo el bien. Bien podríamos comparar este personaje con ValJean, ex presidiario que llega a la alcaldía de un pueblo francés para ayudar a los más desfavorecidos. Otro camino paralelo siguen los personajes de María en la obra de Sue y Cosette en la obra de Hugo. Dos niñas sin padre, viviendo en la más terrible pobreza de las clases bajas de París que cruzan sus caminos con Rodolfo y ValJean respectivamente que actúan como padres para las dos chicas y que las ayudan a tener un vida decente y las protegen de todo mal (en el caso de Rodolfo y María realmente son padre e hija).

Como Umberto Eco explica en *Socialismo y consolación* (1970) sabemos que Víctor Hugo recibió de Eugène Sue la estructura de escritura del folletín (nombre que se utiliza para denominar a las novelas por entregas) y por lo tanto, aunque *Los miserables* no se publicó como folletín está escrito como tal. Además de la estructura, Hugo magnífico los personajes haciendo que fueran generadores de masas, es decir, así como Rodolfo en *Los misterios de París* ayuda a personas puntuales y no ejerce su labor mucho más allá, en *Los miserables*, ValJean encarna al personaje que habla por y para el pueblo como ser social y no a personas como seres individuales [Eco, 1970: 14-18] por lo que el lector que lee *Los miserables* y *Los misterios de París* se siente mucho más identificado con el personaje de ValJean que con el de Rodolfo ya que ValJean enmarca el auxilio por todo el mundo de clase baja.

8.2 THEORETICAL FRAMEWORK

8.1 ORIGIN OF THE MISERABLES

The Miserables has its roots in a play called *The Mysteries of Paris* (1840-1842) written by Eugene Sue (1804-1857). This novel, apparently fictitious and no intention beyond the author's need to earn some money, eventually became a guide for many later writers such as Balzac, Dumas star or work our author, Victor Hugo and play *The Miserables*.

The Mysteries of Paris generates in the reader a brainstorming of ideas and concepts that are developed as the booklets are published, since it is published every Sunday with the newspaper. This novel is not typical that read in a French magazine and is the first work that speaks of the French reality, but a reality hidden within the fiction and the life of the characters. The French people were not used to being in a serial will talk about what really happened in the Parisian / French society and thanks to the work of Eugene Sue, *The Mysteries of Paris* serves as a precursor of the literary movement of romanticism that authors use as Hugo in *The Miserables*

8.2 EUGÈNE SUE AND THE MYSTERIES OF PARÍS

Eugène Sue was born in 1804 and as Umberto Eco explain in *Socialism and Consolation* (1970) *Eugène* began to haunt head ideas helps the disadvantaged, to criticize injustice and that was how it was introduced in the background these requests for assistance between the lines of their publications, demanding some justice and explained in key history fictitious the precarious situation of the poor people of Paris at that time was meeting.

That's how the star work of Eugène Sue, *The Mysteries of Paris* came. Apparently, the novel tells a simple story of adventures but this argument is the visible part, because between the lines a critique and exposure of injustice that existed in Paris at that time can be glimpsed. It shows the miserable alleyways of Paris and all its people from diverse

backgrounds, prostitutes, drunks, thugs, poor, marginalized, vagabonds, innkeepers of seedy bars ... All this reflects a cry for help from inside the suburbs of Paris and a cry of socialist hope (as the author is profoundly socialist when writing the book) to help the most disadvantaged.

The reality of *The Mysteries of Paris* embodies the idea of putting in front all the injustices and express their disagreement with the upper classes of Paris, this leads to demand changes in society, changes that encompass all people and not just the nobility or those with a degree in hand or a lot of money. Changes by and for the people to demand rights on a par with anyone of high rank. The first *social novel* [Picard, 2005: 165-183] considers *The Mysteries of Paris*

8.3 RELACIÓN SUE – HUGO

The Mysteries of Paris and *The Miserables* are parallel argumentative works with different stories and looking the same and Sue's novel was the most important level of work in installments and Sue catapulted to fame, *The Miserables* did the same to Victor Hugo without being a novel delivery.

The article *The serial novel* (2005) about *The Mysteries of Paris* tell us that the novel tells the story of Rodolfo, a noble man haunted by a past trying to remedy by doing good. We might compare this character with Valjean, a former convict who comes to the mayor of a French village to help the most disadvantaged. Another parallel path followed by the characters of Mary in the work of Sue and Cosette in the work of Hugo. Two girls without a father, living in dire poverty of the lower classes of Paris that cross paths with Rodolfo and Valjean respectively acting as parents for the two girls and help them to have a decent life and protect them from evil (in the case of Rodolfo and Maria they are really father and daughter).

As Umberto Eco explains in *Socialism and consolation* (1970) we know that Victor Hugo received from Eugène Sue structure serial writing (name used to refer to the serial novels) and therefore although *The Miserables* no was published in serial is written as such. In

addition to the structure, Hugo magnificent characters making were generating mass, ie, as Rodolfo in *The Mysteries of Paris* it helps punctual people rather exerts its work much further, in *The Miserables* Valjean plays the character who speaks for and for the people as a social and not people as individuals [Eco, 1970: 14-18] so the reader that reads *The Miserables* and *The Mysteries of Paris* feels much identified with the character Valjean that with Rodolfo because Valjean frames worldwide help lower class.

9 BREVE RESUMEN DEL ARGUMENTO DE

“LOS MISERABLES”

Los Miserables escrita por Víctor Hugo en 1862 cuenta la historia de Jean ValJean, un prisionero acusado de robo. ValJean escapa de la cárcel y se encuentra con un obispo que le abre las puertas de su casa y le trata con un hijo, acto que a ValJean le deja perplejo pues nunca le habían tratado de tan buenas maneras. Una noche, mientras estaba en casa del Monseñor roba unos candelabros de plata pero, por desgracia la policía lo atrapa cuando huía de la casa, con la sorpresa de que Monseñor les dice a la policía que fue él mismo el que se los regaló. ValJean queda tan conmovido por la gratitud del obispo que decide redimirse de todos los pecados que había cometido.

ValJean se marcha de casa del obispo, cambia de nombre y se convierte en alcalde de un pequeño pueblo. Pero la desgracia siempre está a su acecho y Javert, el inspector de policía del que se escapó en la cárcel sigue buscándolo. Al final lo encuentra, y se ven las caras nuevamente. Por aquellos días una humilde y sacrificada madre soltera llamada Fantine, conoce a Jean ValJean y se enamora. Ella le deja a su cargo a Cosette. Fantine muere y Jean ValJean decide recuperar a Cosette y criarla como su hija.

Pasan años tranquilos en París para ValJean y Cosette pero llega un punto en el que reaparece Javert y acontece la permanente huida de Jean Valjean, el amor entre Marius, un joven revolucionario y Cosette; la muerte de Lamarque, las barricadas, el rescate de Jean ValJean a Marius cuando le hirieron de bala durante la revolución, el suicidio de Javert cuando se da cuenta de que ha estado persiguiendo a un buen hombre, el matrimonio entre Cosette y Marius. Finaliza con la descripción literaria de los últimos instantes de la vida agitada del buen hombre Valjean, rodeado del amor de Marius y Cosette.

“Duerme. Aunque la suerte fue con él tan extraña,

Él vivía. Murió cuando no tuvo más a su ángel.

La muerte simplemente llegó,

Como la noche se hace cuando el día se va.” [Hugo: 1862]

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN:
LA NOVELA (VÍCTOR HUGO E INSPIRACIÓN)

10. LA NOVELA

10.1 VÍCTOR HUGO

Víctor Marie Hugo es un poeta, dramaturgo y novelista francés, autor de famosas obras como *Nuestra Señora de París*, *Claude Gueux*, *Cromwell*... y por supuesto la obra que nos compete en esta investigación, *Los miserables*. Las obras de Víctor Hugo siempre son hojas de doble filo, todas y cada una de ellas esconden tras sus páginas y palabras una crítica a las altas sociedades de la Francia del SXIX y sus formas de actuación ante las clases más pobres.

Como al artículo de la Ciberoteca titulado "*Víctor Hugo, símbolo del romanticismo francés*" averiguamos que se destacan entre los temas tratados en las obras de Hugo la crítica a las restricciones que imponía el clasicismo y por consiguiente la crítica a la censura de la que tuvo que zafarse para poder publicar alguna obra. También público sus ideales en contra de la pena de muerte y del sistema social de la Francia de su tiempo, estos temas podemos verlos reflejados en *Los miserables*.

En 1855 dio comienzo su largo exilio de quince años en la isla de Guernsey. Y fue durante esos quince años de exilio que decidió culminar su obra *Los miserables* recogiendo todas y cada una de las críticas que podía hacer hacia la tiranía burguesa de Francia y atacando de tal modo a la injusticia social contra los más desfavorecidos. [BROMBERT, 1985:10] *Los miserables* es una llamada a las personas desfavorecidas por las injusticias sociales de los altos mandos, es una firma de derechos. Es una llamada a la libertad.

"Mientras a consecuencia de las leyes y de las costumbres exista una condenación social, creando artificialmente, en plena civilización, infiernos, y complicando con una humana fatalidad el destino, que es divino; mientras no se resuelvan los tres

problemas del siglo: la degradación del hombre por el proletariado, la decadencia de la mujer por el hambre, la atrofia del niño por las tinieblas; en tanto que en ciertas regiones sea posible la asfixia social; en otros términos y bajo un punto de vista más dilatado todavía, mientras haya sobre la tierra ignorancia y miseria, los libros de la naturaleza del presente podrán no ser inútiles". [HUGO 1862: Prólogo]

10.2 INSPIRACIÓN ¿POR QUÉ ESCRIBIR LA OBRA?

"Ser bueno es fácil, lo difícil es ser justo" [HUGO, 1862]

Víctor Hugo estaba muy desencantado con la sociedad que él conocía y así lo manifestó en una carta⁴ dirigida al capitán Butler el 25 de Noviembre de 1861, no aceptaba las injusticias que se estaban generando para con las personas menos desfavorecidas. Atacaba a los altos mandos de esas injusticias y los tachaba de personas non gratas. Víctor tenía muy claro sus ideales y habiendo pasado las penurias de la censura, de la persecución y del exilio decidió plasmarlo en un libro. Un libro que después de 153 años sigue siendo un libro de crítica que se puede aplicar a nuestra sociedad actual. Y es por ello que esa obra literaria basada en la Francia de 1860 bajo diferentes personajes que luchaban contra la injusticia, contra la persecución y contra la pena de muerte tiene el éxito que tiene ahora y que se ha ganado durante todos estos años.

Los Miserables tiene un porqué como todas las obras de Víctor Hugo, pero es un por qué más especial, ya que la obra además de ser novela histórica por los hechos acontecidos y el contexto social en el que se basa, tiene a los personajes conocidos por el público

⁴ Anexo 1

como Jean ValJean y Javert, protagonista y antagonista respectivamente. Estos Jean ValJean y Javert tienen una cara real y un nombre real, ya que Víctor Hugo se inspiró en un prisionero francés que mantuvo en vilo a toda Francia durante 20 años huyendo de todos los que le perseguían hasta que decidió redimirse y aliarse con la policía. [ECO, 1970: 14-18] Este prisionero acabó creando y dirigiendo el grupo de seguridad nacional francés y siendo informador de la policía. Su nombre es Vidocq y Víctor Hugo se basó en su historia para desentramar la vida de los personajes contrapuestos de *Los Miserables*.

Eugène François Vidocq decía en sus memorias: *“Tengo el consuelo de haber permanecido un hombre honesto entre la oscuridad de perversión y la atmósfera de crimen. He luchado por la defensa del orden, en nombre de la justicia, como luchan los soldados para la defensa de su país. Padecí tantos riesgos como ellos, y expuse mi vida cada día como ellos hacen”* [VIDOCQ: 1828]

Como bien podemos extraer del artículo del Levante titulado *“De prófugo a detective modelo”* (2013), Víctor Hugo y Vidocq se reunieron varias veces y al final Hugo decidió utilizarlo como los dos personajes; la vida criminal y prisionera de Vidocq la utilizaría para enmarcar el contexto de Jean ValJean y la parte policial y de persecución la utilizaría para Javert. Por supuesto, cabe decir, que Víctor Hugo magnifica y extrema ambos personajes para dotarlos de la crítica necesaria para hablar de la injusticia de la estructura de la sociedad francesa.

“Cuando se castiga a un inocente nace un malvado” Víctor Hugo

**RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN:
TELEVISIÓN, ESCENARIOS Y CINE**

Antes de dar paso al desarrollo de las adaptaciones de *Los miserables* en televisión, escenarios y cine hay que dejar claro conceptos que son necesarios para entender esas adaptaciones basadas en la novela original de Víctor Hugo. Los conceptos necesarios son: *Remediación* y *Transmedia*.

Como bien explican David Bolter y Peter Grusin en *Remediation, understanding new media* (1999) “*La remediación es la representación de un medio en otro medio*”, en este caso del medio literario al medio del cine, de la televisión y del escenario. Gracias a Bolter y Grusin también entendemos que el concepto de remediación está muy ligado a las nuevas tecnologías y por ello hablamos de *remediación tecnológica*. Este concepto provoca cierta violencia a la hora de utilizarlo en cuestiones electrónicas, porque hay referencias a que aquellas adaptaciones en formato electrónico siempre son versiones mejoradas, es decir, que las adaptaciones son mejores que las originales.

En esos casos lo que se intenta con la *remediación* es mejorar, en sentido técnico, la original, es decir, conseguir que los fallos técnicos o visuales que se podían tener el principio cada vez vayan a menos. Hay que tener en cuenta lo que dice Steven Holtzman en el libro *Remediation, understanding new media* (1999):

“Al final, no importa lo interesantes, divertidos, o bien aceptados que sean, estos enfoques siempre provienen de paradigmas ya existentes. No se concibieron con los medios digitales en mente, y por ello aún no explotan las posibilidades únicas que el mundo digital tiene. Son esas cualidades únicas las que terminarán definiendo lenguajes completamente nuevos de expresión. Y esos lenguajes registrarán el potencial de los medios digitales como nuevos vehículos de expresión.”

Con el concepto de remediación claro debemos tener en cuenta que cada adaptación de *Los miserables* en el mundo audiovisual y con plataformas tan diferentes ha conllevado a una adaptación también técnica en cada uno de los casos. Esa adaptación técnica va de la mano de la *remediación tecnológica* y por ello destacamos a continuación una serie de cambios técnicos que destacaremos ahora:

1. En la adaptación de la miniserie hay un punto importante en el desarrollo de esta parte técnica y es que la miniserie se rodó simultáneamente en francés y en inglés y lo hacían los mismos actores. Esto conllevaba un trabajo técnico doble y muchas veces triple, pues esas dos versiones no eran exactamente iguales por lo que muchos planos debían cambiarse o adaptarse a otra situación dependiendo de la escena.
2. Como podemos informarnos en la página oficial de *Los miserables* (www.losmiserables.com) Los efectos técnicos del musical actual (a partir del 2010 que se renovó todo el musical a causa del 25 aniversario) son muchos y muy buenos. Los cambios de escenario, ambientes y decoración son electrónicos (se manejan todos por ordenador desde una cabina), los objetos se mueven solos. A nivel barricada, armas y fogeo es todo real sin peligro. El musical tiene 8 ambientes diferentes y gracias a los efectos de ordenador, el público los distingue perfectamente sin perder el hilo de la historia.
3. En la película actual del 2012 la parte técnica es muy imponente, trae la visualización del film (y teniendo algo de conocimientos en comunicación audiovisual) sólo te viene a la mente los primeros planos de personajes principales que aguantan 2-3 minutos y también los efectos visuales del principio de la película con el barco. Aunque a nivel técnico es bastante original otra parte técnica importante en esta película es la escenografía. Como bien explica Enrique Posada en *La escenografía como arte en el cine* (2013) *“Cuando se trata de ambientar una película de época, se presenta la necesidad de montar muchos más decorados y escenografía, ya que, en general, no son abundantes las localizaciones naturales que concuerden con lo buscado, además de que la utilizaría, prácticamente, hay que construirla en su totalidad. Innovar es todo un desafío artístico, porque los espectadores conocen bien los ambientes actuales y su imaginación debe ser inducida para que se sientan trasladados a otras épocas en forma plausible”* y en el caso de *Los miserables* destacamos la escenografía de las impresionantes barricadas.

El siguiente concepto importante es la parte *transmedia* del proyecto, para ello debemos conocer qué significa esa palabra y qué engloba. A continuación hay una cita de una entrevista a María Vega, una profesional del mundo digital y sus plataformas, titulada *¿Qué es la transmedia?* (2014) en la que expone el significado del concepto *transmedia* relacionado con la adaptación.

“Se trata de una forma de narrativa en la que las historias se cuentan a través de múltiples plataformas, cada una de ellas aportando algo nuevo y único al universo narrativo que se crea, constituyendo, además, diferentes puertas de acceso a ese universo para el usuario. Es crucial que todas esas plataformas puedan ser consumidas y entendidas independientemente, es decir, por si solas tendrán sentido para los usuarios. El papel de estos en las narrativas transmedia es especialmente importante, ya que pasan a tener un rol mucho más activo, convirtiéndose en productor a la vez que consumidor, contribuyendo a la construcción de la narrativa”

Esto quiere decir, en nuestro caso, que *Los miserables* como novela constituyo diferentes adaptaciones convergiendo en una *remediación* y junto a esto se utilizó el concepto *transmedia* pues de la novela pasó a la plataforma del cine, de la televisión, al escenario convertido en musical y después un caso un poco más especial es la última adaptación cinematográfica del 2012. *Los miserables* de Tom Hooper es una remediación de la novela original de Víctor Hugo pero gira a través del concepto *transmedia* del musical porque la película es la adaptación del musical y no de la novela.

Con estos conceptos claros podemos adentrarnos en el desarrollo de nuestra investigación, utilizando tanto la *remediación* como la *transmedia* para ayudar a generar el target de cada una de nuestras adaptaciones.



Fuente: Elaboración propia

Como ya he afirmado anteriormente, considero que el éxito de cada adaptación de *Los miserables* se debe a tres factores importantes:

1. La historia de un París del SXIX en la sociedad actual y su adaptación
2. Un conocimiento claro del público objetivo a quiénes va a ir dirigido el montaje audiovisual
3. Una estrategia de comunicación, publicidad y marketing que permite crear expectación en los espectadores dando relevancia a la historia

11. TELEVISIÓN

La historia de un París del SXIX en la sociedad actual y su adaptación

En el año 2000 la directora Josée Dayan, decidió llevar a la televisión la historia de *Los miserables*. Esta adaptación tiene una particularidad que la diferencia de las demás versiones tanto de las antiguas como las que se harán después. Ese punto especial es que a diferencia que las otras versiones esta no tenía ningún punto político o social para empezar la adaptación. Como se explica en el artículo de Elpaís titulado *Depardieu y Malkovich ruedan una versión de 8 horas de Los miserables* (2000) ni Josée ni su equipo se plantearon adaptar *Los miserables* por la situación social de ningún país, lo hicieron para mostrar al mundo su visión de la obra.

Aunque ese principio no tuvo trascendencia política o social, una vez inmersos en el proyecto decidieron hacerla internacional, es decir, doblarla tanto en francés (lengua original) como en inglés y después ya se doblaría para toda Europa. Se decide hacer el doblaje al mismo tiempo que se rueda y lo hacen los mismos actores, es decir, que tanto Depardieu como Malkovich como todos los demás actores y actrices hacen la película en francés y en inglés simultáneamente. “*La serie se está grabando a la vez en dos idiomas, inglés y francés, lo que obliga a rodar al menos dos veces los mismos planos. Esto es así porque la versión anglosajona irá destinada al público estadounidense*” [DAYAN, 2000]

Pero la *adaptación social* no acaba ahí ya que esa adaptación también provoca una recepción del público diferente porque además de doblarla y rodarla toda dos veces, la versión inglesa no es igual que la francesa. Los personajes y la ubicación y el objetivo de cada escena es la misma pero los diálogos no, ya que se acoplan al país y a la

sociedad a la que van dirigida. Hay una diferencia muy sonante y es que la versión francesa se compone de las 4 partes de 2 horas cada una y la inglesa se acorta a dos capítulos de 2 horas cada uno. En este momento si se tiene en cuenta la situación política de la Inglaterra del año 2000 y por lo tanto se va encajando con lo que la sociedad demanda en ese momento.

En ese artículo del diario El País en Enero del 2000, la directora dijo "*La diferencia de nuestra versión con otras es que dura más tiempo, lo que permite incluir elementos que ocultan otras adaptaciones, y también que los personajes son más complejos, lo que hace que sea más moderna*" [DAYAN, 2000] y sigue explicando: "*Cada escena es distinta, aunque la secuencia en uno u otro idioma se base en el mismo guion*" [DAYAN, 2000]

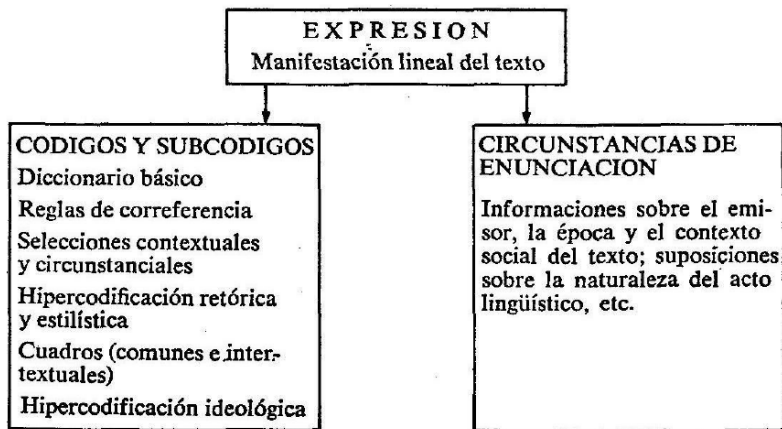
Un conocimiento claro del público objetivo a quiénes va a ir dirigido el montaje audiovisual

Para poder empezar a adentrarnos en el público objetivo, en este caso, de la miniserie sobre *Los miserables* hay que tener muy en cuenta un concepto de Umberto Eco que desarrolla en su libro *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo* (1979). Nos referimos al concepto de *texto*: "*producto cuya suerte interpretativa debe formar parte de su propio mecanismo generativo: generar un texto significa aplicar una estrategia que incluye las previsiones de los movimientos del otro; como ocurre, por lo demás, en toda estrategia*". [ECO, 1979, p.79].

Con este concepto claro y relacionando *texto* con *producto audiovisual* cabe señalar que el *Espectador modelo*, como lo llamaremos en este caso ya que nos referimos a un producto audiovisual y no a un texto, no existe previamente sino que se va construyendo a medida que el producto audiovisual se va desarrollando mediante los discursos narrativos propios del cine. Esto quiere decir que aunque en un principio no vayas a dirigir la película /serie a un público específico la forma en el que tu cuantas la historia, la forma

en que desarrollas los diálogos y la manera en que transportas los personajes a la pantalla, subjetivamente ya está destinando la serie a un público específico subjetivo.

Hay que tener en cuenta que además de esa subjetividad de la que hemos hablado, debemos tener en presente los subcódigos que hay detrás de un producto. Como Eco confirma, a continuación se podrá observar una figura extraída del libro *Lector in fabula* en la que se presentan esos subcódigos que el espectador modelo necesita para ser público objetivo de la serie.



Fuente: ECO, 1979, p.103.

Para poder generar un target para el producto hay que tener en cuenta las palabras de Jenkins en Transmedia Storytelling. (2003) *“cada medio debe dar lo mejor de sí mismo para que la historia pueda ser incorporada en una película, ampliada a través de la televisión, novelas y cómics, y para que su argumento pueda ser explorado y experimentado mediante el juego. Cada una de estas franquicias mediáticas debe poseer una autonomía suficiente para permitir un consumo autónomo”*

Con esto hay que ser conscientes que en el momento que el espectador no sólo es consumidor del productor sino que forma parte del proceso de producción como tal (tener en cuenta los conceptos de *transmedia* y *remediación* ya nombrados con anterioridad) no se puede definir previamente antes de la creación del producto por lo que un producto

(audiovisual en nuestro caso) no puede generar un público objetivo anterior al propio producto porque ese público va a formar parte de la creación. Esto no quiere decir que no tenga un espectador ideal para ese producto pero no es el objetivo.

Por lo tanto y basándonos en que no existe un único espectador sino que se va generando según el producto, y teniendo en cuenta que existe la llamada *narrativa interactiva*⁵ en la que tenemos a un espectador totalmente involucrado en el proceso transmedia del producto, en este caso de la serie de ficción basada en la novela de Víctor Hugo, podemos deducir que una parte del *espectador modelo* que genera esta serie es de diversa edad con unos conocimientos, posiblemente, literarios en el sentido de conocer o haber oído de la novela de Víctor Hugo.

Sabiendo que la miniserie tiene dos públicos diferenciados (uno francés y uno inglés, en un principio) debemos tener en cuenta los códigos y subcódigos de Eco para generar dos *espectadores modelos* diferentes.

Una estrategia de comunicación, publicidad y marketing que permite crear expectación en los espectadores dando relevancia a la historia.

Como espectadores y con conocimientos previos en comunicación, publicidad⁶ y marketing⁷ y teniendo en cuenta lo que A.S. Benítez nos dice en su artículo *Cine y medios sociales: reinventando el marketing promocional* (2013): *“El 90% del marketing es sentido común: sin marketing no hay espectadores, sin espectadores no hay películas, sin películas no hay industria, y sin industria no hay trabajo. El sector audiovisual en general y el cine en particular necesita tomar conciencia de la importancia de la promoción y de las posibilidades de comunicación que ofrecen los medios sociales para atraer al público e incrementar las ventas de taquilla. Una buena campaña de promoción*

⁵ “Nueva concepción del paradigma narrativo: la anteposición del proceso al resultado” Álvaro Cervantes, Iván Correyero y Daniel de Pedro. UAB

⁶ “f. Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc” RAE

⁷ “(Voz ingl.) m. Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda.” RAE

exige inversión, pero también un cambio de planteamiento, de forma que se considere como una puesta en valor y no como un gasto“, podemos decir que la estrategia de promoción más potente para generar una buena campaña es mostrar al público que la miniserie está encabezada por Gerard Depardieu (leyenda actoral francesa por excelencia) y por John Malckovich (leyenda actoral estadounidense por excelencia) en los dos papeles principales de la miniserie (protagonista y antagonista, respectivamente).

En un artículo titulado *C'est le grand soir pour Les misérables* (Es la gran noche para *Los miserables*) en el que le hacen una entrevista a la directora en *Le parisien*, periódico francés, días antes del estreno por televisión de la serie, Josée explico: « *Jamais Misérables n'avaient été traités sur une telle durée, conclut la réalisatrice. Ce que nous avons voulu faire, c'est humaniser les personnages, traduire leur complexité et casser leur côté monolithique. Il y a chez tout être, même chez Thénardier, quelque chose de pathétique et d'émouvant.* » (Nunca Los miserables habían sido tratados en un tiempo espacio tan largo, concluye la directora. Lo que hemos querido hacer es humanizar los personajes, traducir su complejidad y romper su lado monolítico Hay en cada ser, incluso en Thénardier algo de patético y conmovedor)

Aunque a nivel televisivo no tuvo una promoción abundante, la venta del DVD con la serie llevó a cabo una estrategia de marketing más promocional. La primera edición del DVD de *Los Miserables* solamente incluía las 6 horas de película (6 horas porque a España llegó, en un principio, la versión rodada para Inglaterra y no la rodada para Francia que era de 8 horas). Después de esta primera versión hubo más renovaciones del DVD que incluían extras en modo edición coleccionista. Una de esas ediciones incluía el cd del musical con todas las canciones grabado en el Lope de Vega. Y esto era una forma conjunta de incitar al público a ir a ver el musical ya que la miniserie les había gustado.

12. EL MUSICAL

La historia de un París del SXIX en la sociedad actual y su adaptación

Como bien se explica en la página oficial de *Los miserables* (www.losmiserables.com) en el apartado de historia mediante una cronología, el musical no tiene ninguna necesidad política o social para ser gestado sino una fascinación de sus dos creadores (Alain Boublil y Claude-Michel Schönberg) por los musicales y por la historia francesa, por lo que cuando se empieza a llevar a cabo no se piensa en la sociedad a la que va dirigida. Como bien cuenta Claude-Michel Schönberg en una entrevista para una revista argentina llamada Página/12 en el año 2000: *“Lo primero que hicimos fue La Revolution Française, un musical de 24 canciones para las que tuve que escribir nexos. Entonces le dije: “Alain, la próxima vez vamos a escribir la historia como si fuera una ópera, con una entidad musical desde el principio al fin”. El conoció a un chico y enseguida hizo una conexión entre él y Gavroche (uno de los personajes de la obra). Entonces volvió y me dijo: “¿Por qué no hacemos Los miserables como musical-ópera?”. En cinco minutos, la decisión estaba tomada.”*

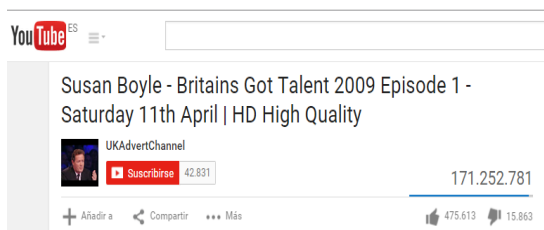
Una novela de 2000 páginas es muy difícil adaptarla en un musical de 3 tres horas contando todo lo que en la obra se relata por lo que los productores (en un principio Cameron Mackintosh), directores y guionistas tuvieron que decidir los cambios necesarios para el éxito del musical. En la novela el tema predilecto que engloba toda la historia de Jean ValJean y sus pensamientos, en cambio, en el musical el tema principal es la revolución de las clases más bajas y es por eso que hay muchos cambios de la novela al musical que a continuación van a ser expuestos.

La novela se divide en varios libros en el que se explican en los 4 primeros toda la historia de ValJean, de Fantine y de Javert con detalles específicos, con el pasado de cada uno

bien explicado, en cambio, en el musical todo lo que en la obra duran 3-4 capítulos que ocupan casi 1000 páginas en el musical pasa en 30 minutos explicado con una canción de cada uno de ellos, destacando la canción de Fantine en la que habla de todo lo que había soñado con la justicia en el mundo y nunca había llegado.

El diario Clarín publicó en 2009 un artículo titulado *El vídeo se Susan Boyle, el más escuchado de la historia de Youtube* en el que explica como la canción de Fantine fue la más escuchada en el 2009 y esto fue gracias a Susan Boyle, una concursante escocesa de un programa británico de talentos. “Según publica hoy la cadena británica SkyNews, la empresa de medición Visible Measures calcula que las diferentes versiones de su video han sido vistas al menos 100 millones de veces. Y que en muy poco tiempo podría superar a *Evolution Dance*, un video que desde 2006 fue visto 118 millones de veces.”[DIARIO CLARÍN, 2009]

Como podemos observar en la imagen que hay a continuación este famoso vídeo a día de hoy cuenta con 171.252.781 visitas.



Fuente:

<https://www.youtube.com/watch?v=RxPZh4AnWyk>

En el musical se utiliza el concepto de catálisis para conocer mejor a personajes que en la novela no tienen todo el desarrollo necesario y viceversa. Esa catálisis, como bien indica J.A. Palao Errando en *Hiperencuadre / Hiperrelato: Apuntes para una narratología del film posclásico* (2012) y basándose en la teoría de Roland Barthes: “Son acciones subsidiarias y periféricas que no varían definitivamente el curso del relato ni lo anclan en trayectorias irreversibles. Pueden servir para analizar un ambiente, caracterizar un personaje, etc. La gran relevancia hermenéutica de las catálisis es que son el enclave en el que se naturaliza y legitima el mundo diegético”. Muchos detalles importantes de la vida de los personajes que sirven para entenderlos a ellos, sus actos y para entender un

poco mejor la historia en el musical se omiten y personajes que en la novela tienen un peso y una trascendencia muy importante en el musical se reduce mucho la importancia y la historia de esos personajes. Así como existen unos personajes a los que se resta importancia en el musical cuando tienen mucha en la novela también hay un caso contrario, es decir, un personaje que en la novela aparece contadas veces y sobre todo al final cuando empiezan las barricadas.

Cabe destacar que aunque en el musical la figura de Gavroche, el niño de las barricadas no es muy extenso, es uno de los momentos más importantes del musical destacando la BSO de ese momento, la iluminación y la tensión conseguida para ese instante. Como explica Gerónimo Rauch (actor que ha interpretado a Valjean en España y en Londres) en una entrevista para La Vanguardia en 2012 *“Los miserables tiene una combinación perfecta que es partir de un libro universal y gracias a dos hombres que hicieron una de las partituras más ricas que hay en la historia. Los miserables es de esos espectáculos que te elevan el alma y que sales convertido en otra personas después de ver Los miserables”*

Un conocimiento claro del público objetivo a quiénes va a ir dirigido el montaje audiovisual

En este punto nos permitimos centrarnos en *Los miserables*, en España. El musical como género en España hace pocos años que se gesta como producto cultural importante y con gran trascendencia por lo que no es el mismo público objetivo al que iba dirigido el primer musical que se hizo de *Los miserables* en 1992 en Madrid. Las diferencias de antes a ahora son abismales (refiriéndonos al tipo de gente que iba a ver musicales). Los musicales eran los *hermanos bobos* del teatro o incluso de la ópera, es decir, era como inferior a las clásicas obras de teatro.

Con los años el teatro musical ha ido evolucionando tanto y captando tanto público que se ha convertido en un producto imprescindible en las personas que aman las historias, los escenarios y las canciones. Ha pasado de ser una carga económica a ser un beneficio 100%.

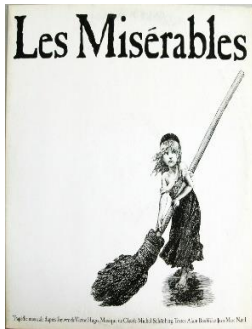
Los miserables fue la primera obra musical que se estrenó en España y por la tanto es la pionera de la evolución y la adaptación del musical en nuestro país y que tuvo el mayor número de espectadores como dice Julia Gómez Cora, directora general de Stage Entertainment en una entrevista del 2015 en la página oficial de la productora (www.stage.es) *"Mi agradecimiento último y más especial es para vosotros, para esos 11 millones de espectadores... no todos pueden estar hoy aquí, pero iremos compartiendo el contenido de esta noche a lo largo de todo el año, habrá más sorpresas, habrá más actividades, porque vosotros sois los verdaderos protagonistas. Sin vuestra presencia aquí desde el primer día, si no hubierais abrazado el musical como lo habéis hecho hoy no estaríamos aquí."*

Teniendo en cuenta todo lo dicho anteriormente sobre el lector/espectador modelo de Eco, en este caso el espectador modelo del musical podemos deducir que es un espectador emocional, es decir, que se guía mucho por las sensaciones que le puede producir el espectáculo. También hay que tener en cuenta que la historia es la novela

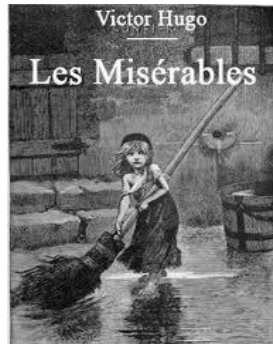
de Víctor Hugo por lo que ese espectador, seguramente tiene una relación con la obra a otro nivel (libro, película o serie). Y por supuesto unido a la parte musical de la obra, ese público debe estar predispuesto a seguir una historia a través de canciones por lo que podemos deducir que está unido al subcódigo musical del espectáculo.

El espectador del que hablamos en este caso, al igual que los espectadores que podía tener la miniserie de *Los miserables* también forman parte del mundo de los conceptos de remediación y de la transmedia porque aunque parezca algo irreal, el teatro también forma parte de la narrativa transmedia, el teatro es un medio de comunicación y por lo tanto puede generar un red de medios nacidos en televisión o en papel y que utilizan otra plataforma para seguir expandiendo ese producto. Y en consecuencia el espectador puede involucrarse en el proceso creativo del musical.

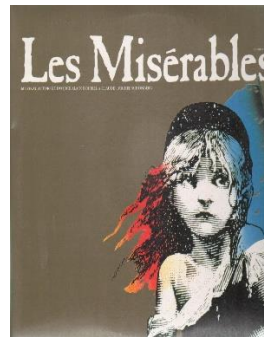
Una estrategia de comunicación, publicidad y marketing que permite crear expectación en los espectadores dando relevancia a la historia



1980



1985



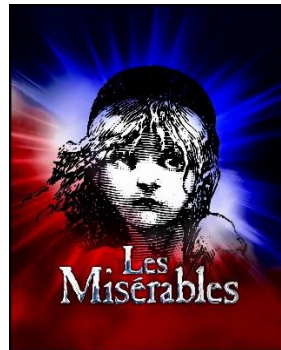
1990



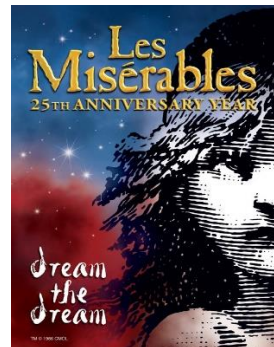
1995



2000



2005



2010



2015

Fuente de todos los carteles: Losmiserables

Como se puede observar con la evolución de los carteles promocionales del musical a través de los años, se puede extraer que la estrategia escogida para la publicidad y el márketing de la obra pasa por la captación de la emoción del espectador y por mostrar la evolución técnica que se lleva a cabo. Los carteles intentan que el espectador se conmueva siempre al ver el cartel (por esa razón está Cosette de niña con la cara triste, llena de hollín y las ropas raídas. En algunos carteles barriendo, signo de crítica a la explotación infantil).

Los colores de los carteles han ido evolucionando del blanco y negro, pasando por muchas etapas diferentes pero casi siempre intentando mostrar a esa Cosette de niña iluminada con un haz de luz. Cabe destacar la utilización de los colores de la bandera de Francia para dar patriotismo y ubicación a la historia de *Los miserables*. También es importante decir que una de las estrategias que se ha utilizado sobre todo para estas últimas etapas del musical es la frase que envuelve al musical y que está colocado en los carteles. *Más que un musical, una leyenda*, esta frase empezó a utilizarse como bien explica la revista La huella Digital en un artículo del 2012 titulado *Los miserables, más que un musical, una leyenda* con la renovación del musical tras el 25 aniversario de este ya que “*En 2010 los Miserables celebra su 25º aniversario con una renovada puesta en escena más grande, más espectacular, con una nueva escenografía y nuevos decorados inspirados en las pinturas de Víctor Hugo*”. La frase evoca la importancia y la trascendencia del musical y por lo tanto genera mucha más expectación para el público.

Además de estos carteles que han acompañado la evolución del musical, también se han llevado a cabo estrategias promocionales desde Stage Entertainment (Productora del musical) de vídeos en televisión invitando a la gente a ir al teatro. En esos vídeos se muestran momentos de la obra acompañados de trozos de las canciones más importantes y además se utilizan titulares de periódicos en los que han publicado artículos en relación al musical. Destaco titulares como “*Con Los miserables, el musical en nuestro país se hace grande*” (Cope, 2012), “*Espléndido*” (El país, 2012), “*Un espectáculo perfecto*” (La Razón, 2012), “*Emoción*” (ABC, 2012), “*Una de las producciones más memorables de los últimos 25 años*” (La vanguardia, 2012).

13. EL CINE

La historia de un París del SXIX en la sociedad actual y su adaptación

La adaptación cinematográfica de *Los miserables* está dividida en dos partes. Por un lado todas las películas anteriores a la última adaptación y por otro lado la última adaptación del 2012. Hay una diferencia abismal entre ellas ya que, aunque todas están basadas en la novela de Víctor Hugo, las producciones anteriores al 2012 se nutren directamente de la novela mientras que la del 2012 es una adaptación cinematográfica musical y se nutre directamente del propio musical.

La intención social de la película musical es recoger en formato cinematográfico el éxito y los beneficios económicos que está recogiendo el propio musical de *Los miserables*. Para la realización de esta película lo que se hizo fue adaptar el musical a la pantalla con canciones incluidas que realmente son las que guían la trama. Esto ocurre porque en el musical casi no se habla, todo lo que se dice se hace cantando, y eso mismo es lo que se ha trasladado a la pantalla. Tom Hooper ha sido el encargado de dirigir esta adaptación tan original, después de su cosechado éxito con la oscarizada película *El discurso del rey*

El objetivo de Tom Hooper con *Los miserables* como explica él mismo en una entrevista para Universal Spain en Enero del 2013 *“Lo que me interesaba de Los miserables era que, como director acostumbrado a trabajar de un modo muy realista, ahora podía hacerlo en una realidad alternativa en la que las personas se comunican a través de la música. Tienes que encontrar la manera de que resulte verosímil para el público. Pero si lo consigues, tienes la oportunidad de producir emociones más intensas porque combinas la voz humana, con canciones, con esta gran narrativa y me interesaba el viaje emocional que algo así produciría en el público”* Por lo tanto, para llegar a emocionar al público tal y como quería Tom Hooper escogió actores muy conocidos hollywoodienses,

que pusieron la fuerza necesaria a los personajes, que cantaran bien y además que lo hicieran en directo y de una sólo toma en algunas ocasiones.

El problema fue que Tom Hooper quiso que fuera tal la similitud de la obra musical con la película que la imagen y el argumento perdieron toda la fuerza que la historia en la novela original procura transmitir al público lector. Esta pérdida de intensidad en imagen y argumento se refuerza con la poderosa y brillante banda sonora.

Un conocimiento claro del público objetivo a quiénes va a ir dirigido el montaje audiovisual

Como decía Eco “*la noción de interpretación supone siempre una dialéctica entre la estrategia del autor y la respuesta del Lector Modelo*”. [ECO, 1979, p.85]

Esto quiere decir, traspasándolo al sentido de película-espectador y no texto-lector, que el producto en cuestión, es este caso la película-musical de *Los miserables* como producto que va a ponerse a disposición de un público siempre va a llevar una estrategia previa de los espectadores a los que quiere dirigirse pero esto no significa que al final sean esos espectadores el público objetivo de la película.

Por esta razón es por la que se insiste tanto en el hecho de que el espectador modelo no nace antes de la película sino durante el transcurso del visionado de esta.

Como explica Metz en su libro *Psicoanálisis y cine: el significante imaginario* (1979) “*el actor está presente cuando el espectador no lo está (rodaje), y el espectador está presente cuando el actor ya no está (proyección)*”. [METZ, 1979, p.62].

Esta afirmación es la que nos dice que nunca se puede crear un espectador modelo antes de que ese espectador vea la película porque no hay una conexión entre ellos hasta que el espectador entra en juego.

Como dice Carlos Scolari en *Narrativas transmedia Nuevas formas de comunicar en la era digital* (2014) “*en ellas* (refiriéndose a las ficciones, en este caso la película de Los

miserables 2012) el relato se expande de un medio a otro y los fans participan activamente en esa expansión. La participación de los usuarios en la expansión hace imposible saber dónde termina un mundo narrativo transmedia. Los productores reaccionan a los inputs del entorno y expanden la historia hacia los medios y plataformas más convenientes (transmedia táctico)."

Es por esta razón que ahora no se utiliza la previa definición de un público objetivo a quién irá dirigido el producto sino que en el momento que la historia se expande y los espectadores empiezan a involucrarse en el proceso creativo, los productores se van nutriendo de esos espectadores y van creando una conexión entre el espectador, el productor y el producto.

En el momento en que existe ya esa conexión espectador – producto es cuando podemos generar un perfil de público objetivo de, en este caso, *Los miserables* (2012). Por ello podemos extraer después de 3 años del estreno de esta película musical de *Los miserables* que tiene un público objetivo muy amplio de edad pero con unas características muy específicas, es decir, la película está dirigida a todos los públicos generacionales sin importar si es hombre o mujer. Pero hay que tener en cuenta los *subcódigos* de Eco en el momento en el que esta película no es de lo más común, no es un film con un argumento hablado y con un transcurso de la historia bien definido.

Toda la historia es cantada a excepción de pequeños diálogos que se ponen por necesidad del público, ya que no es fácil seguir la historia únicamente con las canciones.

Una estrategia de comunicación, publicidad y marketing que permite crear expectación en los espectadores dando relevancia a la historia

Para empezar a desarrollar este punto hay que tener en cuenta que las emociones juegan un papel fundamental en la codificación, almacenamiento y el recuerdo de los mensajes, que a su vez sirven de base para nuestras decisiones. Obtener *insights*⁸ a partir del conocimiento del público objetivo es una de las tareas más importantes de la comunicación, por lo que debe ponerse en manos de profesionales [ÁLVAREZ, 2012]. Hay que destacar una gran estrategia comunicativa para promocionar la película a nivel multiplataforma. Se han hecho promociones para televisión, para cine, para youtube, para Facebook... esta ha conseguido tener una repercusión triple a la que podían llegar sin todo este despliegue de internet y de las nuevas tecnologías. Hay que destacar toda la ilustración y diseño a nivel de cartelera.

Se hicieron varios carteles con diferentes imágenes para la promoción y además uno con cada personaje de la historia y una frase que refleja lo más importante de ese personaje. A continuación se podrán ver esas ilustraciones que han ayudado a su promoción.



Este es el cartel oficial de la película y el que se ha utilizado para promocionar el film en todas las plataformas. La imagen de la niña representa a Cosette cuando era pequeña y lo que intentan es no perder la ilustración original de *Los miserables* en los que se ve a una niña barriendo en la calle, ilustración de Émile Bayard. Es un grito de crítica hacia la explotación infantil. La estrategia de este tipo de promoción es la emoción para con el espectador y la intención de que se sientan atraídos al ver la imagen de esta niña sufriendo y

Fuente: elseptimoarte

⁸ "Ideas con relevancia emocional para el público" J.S BENÍTEZ (2013)

triste. Otra parte importante son las palabras que cierran el cartel *Lucha, sueña, desea, ama* que al ser imperativos incitan al espectador.

Otros de los carteles que se han ido utilizando para la promoción del film han utilizado una estrategia muy común en las películas, es decir, la estrategia de mostrar a los actores protagonistas. Esta estrategia se suele seguir cuando los actores son muy conocidos y queridos por el público y por tanto explotan ese interés generando aún más si cabe.

A continuación se pueden observar distintos carteles también utilizados:



Fuente: elseptimoarte

Además de esta cartelera promocional y como ya hemos comentado anteriormente hay un cartel muy específico para cada uno de los personajes en los que se ve el rostro de cada uno con una frase que describe al personaje que interpreta o la historia que vive. Esta cartelera especial se utilizó para la promoción navideña de la película pues se estrenó el día de Navidad.

Cosette: Un corazón lleno de amor

ValJean: Por fin libre

Fantine: Soñé con otra vida

Javert: Yo soy la ley

Taberneros: Master of the house (Título de la canción conocida de estos personajes)

Marius: A heart full of love (Título de la canción conocida de este personaje)

Eponine: On my own (Título de la canción conocida de este personaje)

A continuación verán los carteles de los que hablo:



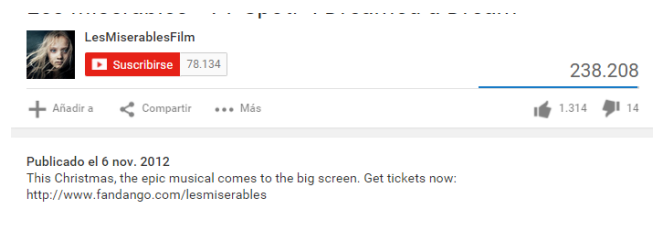
Fuente: newcinema



Fuente: newcinema

Además de toda la cartelería se utilizó la promoción internet con fragmentos de la película que se publicaban en el canal de Youtube oficial que la productora había creado (LesmiserablesFilm).

El primer vídeo que se publicó fue un tráiler de la película mes y medio antes del estreno en cines (Día de Navidad) generaban mucha expectación así como las secuencias enteras de las canciones más famosas de la película y que pusieron a disposición del público antes de que se estrenara la película. Como podemos ver en la imagen que está a continuación, además de la promoción ya incitan a la compra de entradas con casi dos meses de antelación y sabiendo que las fechas para ir al cine son difíciles porque los días de Navidad la gente suele pasarlo en casa y en familia.



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=YzhibXpLY4Y>

Aparte de esta promoción a nivel mundial y visual, a medida que se iba acercando la fecha del estreno y como bien explica el artículo de PRNoticias publicado el 21 de Diciembre del 2012 y titulado *Un concurso digital para emocionarse con Los miserables* como parte de la estrategia publicitaria, Mindshare⁹ ha desarrollado un *microsite*¹⁰ con el *look & feel* (ambientación y la apariencia) de la película, a través del cual los usuarios pueden visualizar el tráiler y los comentarios en tiempo real que se postean en Twitter en relación al estreno, además de participar en un concurso para ganar cinco cuentas Premium en Spotify y cinco entradas dobles para la película. Este concurso recibe el nombre de *Emociónate con Los Miserables*, la acción pretendía aumentar la visibilidad del estreno a través del acceso a www.emocionateconlosmiserables.com y conectada a las plataformas de Facebook y Spotify con el fin de incentivar la viralización y aumentar el *engagement*¹¹ con el usuario.

⁹ Agencia de medios encargada de la promoción de Los miserables <http://www.mindshareworld.com/>

¹⁰ Página o grupo de páginas que amplían la información o funcionalidad de la web principal. RAE

¹¹ "El *Engagement* es el arte de crear una relación de amor incondicional hacía una marca" PÉREZ BOLDE, 2010

14. CONCLUSIONES

La primera cosa que se ha demostrado en este trabajo es el éxito de *Los miserables* como libro, como serie, como película, como musical y como película-musical. Y algunos de los hechos que confirman esto son los siguientes:

- I. Víctor Hugo además de escribir una de las historias más leída del mundo y declarada obra universal por excelencia también hay que destacar como dice un artículo titulado “*Los miserables de Víctor Hugo*” del 2012 publicado en la web de Elplacerdelalectura: “*En la historia de la literatura Los miserables ocupa un lugar privilegiado. Quizás porque Víctor Hugo no sólo se ocupó de narrar, como habían hecho los que le precedieron, sino que también buscó voluntariamente un modelo que pudiera ser considerado como novela total, entendida como un género literario adecuado para poder decirlo todo de todo; un género, en conclusión, a la medida del hombre y el mundo moderno*” [ELPLACERDELALECTURA: 2013]
- II. Los Miserables es el musical más visto en la historia de los musicales y también como afirma el diario ABC “*se ha convertido en el musical más longevo de la escena inglesa (30 años en cartel ininterrumpidos), una ciudad donde, como en Nueva York, son varias las producciones que están en cartel durante años*” [ABC: 2013]

- III. La película musical de *Los miserables* es la tercera película musical con más recaudación en el mundo detrás de *Mamma Mia* y *Grease*. “*Tras cuatro semanas en cartelera, Los Miserables de Universal Pictures ha recaudado en España 7,3 millones de euros (alrededor de 9.7 millones de dólares), tras ser vista por un millón de espectadores*” [BROADWAYWORLD: 2013] nos cuenta el artículo de *Broadway World* titulado “*Los Miserables a punto de convertirse en la tercera película musical con mayor recaudación a nivel mundial*”

Para conseguir el éxito de *Los miserables* en cada una de sus adaptaciones (televisión, musical y película-musical) la hipótesis inicial apuntaba a 3 factores imprescindibles:

1. La historia de un París del SXIX en la sociedad actual y su adaptación

Como hemos podido observar a lo largo de las explicaciones en este trabajo, cada adaptación ha ido de la mano de la época social en la que iba a lanzarse o incluso tener en cuenta la nacionalidad y por lo tanto la situación del país que iba a ver esa adaptación. Es uno de los factores más importantes porque gracias al estudio de la sociedad, del país y de la propia mentalidad de esa época han conseguido una adaptación que saben que va a gustar porque está hecho por y para ese público específico. Estamos hablando en base a una adaptación, por ejemplo de 1998, para la sociedad de 1998 aunque después se haya visto en otros años y por lo tanto la mentalidad y la sociedad de las personas que lo han visto después no era para quien iba dirigido.

El éxito en este punto, por lo tanto se ha cumplido, en el momento en que cada director de la adaptación ha decidido estudiar a esa sociedad para la que iba a mostrar una crítica del París del SXIX.

2. Un conocimiento claro del público objetivo a quiénes va a ir dirigido el montaje audiovisual

Cada montaje, como ya hemos ejemplificado anteriormente, tiene un público objetivo preciso y limitado. Lo bueno que ha tenido *Los miserables* como producto general es que todo el mundo, sin excepción, ha podido ver *Los miserables* en alguna de sus

adaptaciones (cine, televisión, novela o teatro) porque iba dirigida única y exclusivamente a él. En ese sentido han conseguido llegar a todo el público.

También hay que tener en cuenta la utilización de los conceptos de transmedia y remediación que han servido para ayudar a generar un público objetivo para cada una de las adaptaciones en distintas plataformas.

3. Una estrategia de comunicación, publicidad y marketing que permite crear expectación en los espectadores dando relevancia a la historia.

Con una identidad bien definida y un conocimiento profundo del público al que va dirigida cada adaptación han logrado crear una estrategia de publicidad y marketing que llegue a todo el mundo y que genere e incite a la visión de *Los miserables* en alguno de sus formatos.

Esta estrategia creativa empieza creando un deseo en los espectadores, basándonos en el musical, consigue llevar a nivel de *leyenda* a *Los miserables* como bien dice el cartel oficial de la obra *Más que un musical una leyenda*. Pasa lo mismo con la película-musical y su intención de crear en la persona que ve ese cartel la necesidad de “ser mejor” y esto se debe a la frase inspiracional que dice “*Lucha, sueña, desea, ama*”.

Más allá de la publicidad y promoción del producto, hay que destacar la intención de conexión entre el espectador y *Los miserables* que en este caso también se cumple.

Además de estos 3 factores hay un punto importante sobre la aplicación a nivel técnico de las producciones adaptándose a los cambios tecnológicos y de efectos de cada época.

Es uno de los factores que ha ayudado a cada adaptación a tener un tanto por ciento muy alto de éxito mediante el uso los efectos especiales y los elementos técnicos más novedosos de esa época. Lo podemos observar perfectamente en cada una de las versiones y nos damos cuenta de que han ido adaptando la historia a los efectos técnicos de forma potenciadora. Los mayores ejemplos de esto, también porque son los más recientes, los encontramos en las últimas adaptaciones de la obra, una en el teatro y otra

en la película del 2012. En ambas versiones esa creatividad técnica ha conseguido introducir al público mucho más en la historia incluso siendo las dos adaptaciones cantadas. Destacan mucho los primeros planos y los planos secuencia de la película que atrapan al espectador en la emoción del personaje y destaca los cambios de ambientes imperceptibles a nivel técnico del musical que hacen que el público siga la historia a la perfección.

Por último y basándome en esos factores ya comentados, vamos a intentar generar una estrategia para cualquier novela escrita que quiera adaptarse a diferentes plataformas (cine, tv, teatro...) y tener éxito como lo ha hecho *Los miserables*.

1. Conocer tu producto

Lo más importante para vender un producto es conocerlo, en este caso sería conocer perfectamente el libro en cuestión. Hay que conectar con la historia, con los personajes. Saber qué puntos fuertes tiene y potenciarlos y saber qué puntos débiles tiene y mejorarlos. Tienes que generar elementos que identifiquen tu producto y lo hagan único más allá de la estrategia creativa que se utiliza para la promoción. En el caso de *Los Miserables* se conocía perfectamente los puntos fuertes de la historia y los personajes relevantes y es lo que utilizan para venderlo de forma audiovisual.

2. Conocer el mercado

En este punto es importante hacer un buen análisis de factores dependiendo de en qué mercado estés dispuesto a adéntrate. *Los miserables* lo hicieron tanto en el mundo cinematográfico, en el mundo televisivo y en el mundo teatral. Cada uno de estos mercados tienes unas necesidades diferentes y unas demandas que tu producto debe abastecer. Y hay que conseguir contar tu historia adaptada a cada fase. Como ya he dicho, para conseguir éxito en cada uno de estos mundos hay que analizar bien el mercado, los pros y los contras y entonces tomar la decisión adecuada.

3. Conocer tu público objetivo

Este es y será el punto esencial del éxito para tu producto y es que ningún producto es nada sin un público que lo respalde. Lo más importante es fijar el target para tu producto y limitarlo para poder ofrecerle lo que quiere. Al igual que en el mercado, el público va a ser diferente en cada mundo por lo que hay que darles lo que quieren. Hay que conseguir establecer desde el libro una relación con el público que haga que les interese ver la película, disfrutar de la serie o ir al musical. El producto debe adaptarse al público y no el público al producto y eso hay que tenerlo claro desde el momento 0.

14.2 CONCLUSIONS

The first thing that has been shown in this work is the success of *The miserables* as a book, as a series, and film, as musical and as a film-musical. And some of the facts that confirm this are:

- I. Victor Hugo addition to writing one of the most read stories of the world and declared universal work par excellence also noteworthy that "In the history of literature *The miserables* occupies a privileged place. Perhaps because Victor Hugo not only took care to tell, as they had done before him, but also voluntarily sought a model that could be considered as a total novel, understood as a genre appropriate to say everything about everything; a genre, in conclusion, to the measure of man and the modern world "
[ELPLACERDELALAECTURA: 2013]
- II. Musical *The miserables* is the most watched in the history of music and also "has become the longest-running musical of the English stage (30 years poster), a city where, as in New York, several productions They are in the lineup for years " [ABC, 2013]
- III. The movie musical *The miserables* is the third highest grossing movie musical in the world behind *Mamma Mia* and *Grease*. "After four weeks in theaters, Universal Pictures' *The miserables* in Spain has raised 7.3 million euros (about 9.7 million dollars), after being seen by a million viewers"
[BROADWAYWORLD: 2013] tell us the *Broadway World* article called "*Los Miserables a punto de convertirse en la tercera película musical con mayor recaudación a nivel mundial*"

To ensure the success of *The miserables* in each of its adaptations (television, music and movie-musical) my initial hypothesis pointed to four essential factors:

1. The story of a Paris SXIX in today's society and its adaptation

As we have seen throughout the explanations in this work, each adaptation has gone hand in hand with social time when it would be launched or even take into account the nationality and therefore the country's situation was going to see this adaptation. It is one of the most important factors that thanks to the study of society, the country and the mentality of that time have achieved an adaptation they know they will like because it is made by and for that specific audience. I'm talking on the basis of an adaptation, for example 1998, to society 1998 but after you've seen in other years and therefore the mentality and society of people who have seen it then was not to whom it was addressed.

Success at this point, therefore is fulfilled, at the time that each director has decided to study adaptation to the society for which would show a critique of Paris SXIX.

2. A clear understanding of the target audience who will go directed the audiovisuals

Each assembly, as already exemplified above, has a precise and limited target audience. The good that has been *The miserables* as a general product is that everyone, without exception, have seen *The miserables* in one of its adaptations (film, television, novels or theater) because it was solely addressed to him . In that sense they have managed to reach the public.

3. A communication strategy, advertising and marketing that creates excitement in the audience giving relevance to the story.

With a well-defined identity and a thorough knowledge of the audience it is directed each adaptation they have succeeded in creating an advertising strategy and marketing that reaches the whole world and that generates and encourages the vision of *The miserables* in some form .

This creative strategy begins by creating a desire in the audience, based on the musical, get out at the level of legend *The miserables* as you said the official poster of the play "More than a musical legend." It's the same with the movie-musical and its intention to

create in the person who sees the poster the need to "do better" and this is due to the inspirational phrase that says "Fight, dreams, wishes, love".

Beyond advertising and product promotion, it should be noted the intention of connection between the viewer and *The miserables*

With tis factors there is one more important factor about the application technical level of production and adapting to technological effects each time changes.

This factor has given to the *The miserables* adaptation a very high percentage of success has been the tailor each version using the special effects and the technical elements of that time . We can see perfectly in each of the versions and realize that they have adapted to the technical history so potentiating effects. The greatest examples of this, also because they are more recent, we are found in the latest adaptation of the play, one in the theater and film in 2012. In both versions that technical creativity has managed to introduce the public more in the history even as the two sung adaptations. They stand long close-ups and the film sequence shots that catch the viewer in the emotion of the character and highlights the subtle changes in technical environments musical level that make the audience follow the story perfectly.

Finally and based on those factors already discussed, I will try to generate a strategy for any written novel that wants to adapt to different platforms (cinema, television, theater ...) and succeeding as it did *The miserables*

1. Know your product

The most important thing to sell a product is to know, in this case would be fully aware of the book in question. You have to connect with the story, with the characters. Knowing what you have and empower strengths and weaknesses know what you have and improve them. You have to create elements that identify your product and make it unique beyond the creative strategy that is used for promotion. In the case of *The miserables*

perfectly he knew the strengths of the history and important figures and what they use to sell audiovisual form.

2. Know the market

At this point it is important to make a good analysis of factors depending on which market you are willing to go deep. *The miserables* made it both in the film world, in the world of television and the theater world. Each of these markets have different needs and some demands that your product must supply. And you have to tell your story to get adapted to each phase. As I said, to achieve success in each of these worlds have to analyze well the market, the pros and cons and then make the right decision.

3. Know your target audience

This is and will be the key point of success for your product and that no product is nothing without a public to back it up. The most important thing is to set the target for your product and limit it to offer what you want. As in the market, the public will be different in each world so you have to give them what they want. You have to get from the book establish a relationship with the public that makes them interested in seeing the film, enjoy the show or go to the musical. The product must be adapted to the public and not the public to the product and we have to be clear from the first moment.

15. EPÍLOGO

Para cerrar este trabajo me gustaría hacer una llamada al verdadero sentido de *Los miserables*. Así como *Los miserables* es una crítica a la sociedad del París de esa época, me encantaría contribuir con este trabajo a reafirmar su lucha, y ser consciente de quiénes son los verdaderos Miserables en esta sociedad, en la sociedad actual, en nuestros días.

Como dice la una de las canciones emblemáticas de los miserables *Sale el sol*, al grito de la revolución y de las barricadas y de la lucha por un mundo mejor y más justo:

*“Sal y muestra tu bandera
en señal de libertad
nunca más la rendición
un futuro nos espera
un futuro por ganar
canta el pueblo su canción”*

16. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

1. ALDARONDO, Ricardo; BELTRÁN, José Miguel. (2013). *El cine musical USA*. Donostia: Kultura
2. ÁLVAREZ RUÍZ, Antón (2012). *La magia del planner. Cómo la planificación estratégica puede potenciar la comunicación persuasiva*. Madrid: ESIC-Business Marketing School.
3. AZZAM, María. (2013) *La música en el cine de Ingmar Bergman*. Ediciones Universidad de Salamanca,
4. BALAGUE, Carles. (2009) *Películas clave del cine musical*. Ma Non Troppo.
5. BENET, Vicente (2012). *El cine español, una historia cultural*. Paidós ediciones.
6. BOLTER David, GRUSIN Richard (1999) *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, MA: The MIT Press.
7. BRANTLEY, Ben (2012) Broadway musicals: From the pages of the New York Times NYT
8. CARMONA, Luis Miguel.(2004) *Los 100 mejores musicales de la historia el cine*. Cacitel.
9. ECO Umberto (1979) *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo* BCN, Lumen
10. ECO, Umberto; POE, Allan; BELINSKY; MARX, Karl; ENGELS; Friedrich. (1970) *Socialismo y consolación*. Bcn, Tusquets editor
11. HUGO, Víctor (2012). *Los miserables*. BCN, Planeta.

12. METZ, Christian (1979) *Psicoanálisis y cine: el significante imaginario*. BCN, Ed Paidós
13. MUNSÓ, Joan. (2006) *Diccionario del cine musical*. T&B editores.
14. PARMANIE, A; BONNIER de la CHAPELLE, C. (1963) *Histoire d'un editeur et de ses auteurs*. París, Edition Albin Michel.
15. PÉREZ, Adolfo. (2004) *Cine musical*. Ediciones Masters.
16. PICARD (2005) *El romanticismo social*, México, Fondo de Cultura Económica
17. SCOLARI Carlos (2014) *Narrativas transmedia : nuevas formas de comunicar en la era digital*. Deusto S.A Ediciones [Consulta: 15-6-15]
18. SUE, Eugène. (1935) *Los misterios de París*. BCN, Provenza
19. VIDOCQ, Eugène-François. (2012). *Mis memorias*. Libros del silencio.

WEBGRAFÍA

1. ALBERTOLACASA.ES El modo de representación institucional [En línea]
<http://albertolacasa.es/el-modo-de-representacion-institucional/> [Consulta: 23-04- 2015]
2. BIBLIOTECAS PÚBLICAS (2010) La novela por entregas : best- sellers del sxix [En línea]
<http://www.bibliotecaspublicas.es/cuenca/publicaciones/publicacion324.pdf>
[Consulta: 5-6-15]

3. BUSCABIOGRAFIAS.COM Eugène Sue [En línea]
<http://www.buscabiografias.com/biografia/verDetalle/8218/Eugene%20Sue>
 [Consulta: 17- 5- 2015]
4. FILOMUSICA.COM Historia del cine musical [En línea]
<http://www.filomusica.com/filo55/historia.html> [Consulta: 11 - 3 - 2015]
5. LOSMISERABLES.ES De la novela al musical [En línea]
<http://www.losmiserables.es/el-musical/de-la-novela-al-musical/> [Consulta: 16 -5 - 2015]
6. MCNBIOGRAFÍAS.com. Eugène Sue [En línea]
<http://www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show?key=sue-eugene> [Consulta: 16 - 5 - 2015]
7. MÉTODOMARKETING.COM Definición de público objetivo [En línea]
<http://www.metodomarketing.com/definicion-de-publico-objetivo/> público objetivo
 [Consulta: 3-6-15]
8. MILUSKAMURILLO.COM ¿Qué es transmedia? Entrevista a María Vega [En línea]
<http://miluskamurillo.com/2014/03/02/que-es-transmedia-entrevista-a-maria-vega/> [Consulta: 13 - 3- 2015]
9. MUSIKAWA.ES El musical, características, historias y ejemplos [En línea]
<http://www.musikawa.es/el-musical-caracteristicas-historia-y-ejemplos-musikawa/> [Consulta: 13 - 3 - 2015]

10. SHENANDOAHDAVIS.COM La légende heroique de joseph-agricol viala [En línea] <http://shenandoahdavis.canalblog.com/archives/2013/11/17/28454187.html> [Consulta: 1- 5- 2015]

DOCUMENTAL

1. RTVE.ES *La historia del musical*. [En línea] <http://www.rtve.es/television/dias-cine/musical/> [Consulta: 7-3-2015]
2. RTVE.ES Homenaje a Busby Berkeley. [En línea] <http://www.rtve.es/television/dias-cine/musical/> [Consulta: 7-3-2015]
3. YOUTUBE.ES *Los miserables 2000* [En línea] <https://www.youtube.com/watch?v=W47LiGU7QPE> [Consulta: 2-5-2015]
4. YOUTUBE.ES *Los miserables 2012* [En línea] <https://www.youtube.com/watch?v=eKbpOYIOIxM> [Consulta: 2-5-2015]
5. YOUTUBE.ES *Los miserables 1998* [En línea] <https://www.youtube.com/watch?v=-fuMqliYy-g> [Consulta: 2-5-2015]
6. YOUTUBE.COM 2012 *Entrevista a Tom Hooper* [En línea] <https://www.youtube.com/watch?v=pgyt8mBBKkM> [Consulta: 7-6-15]
7. YOUTUBE.COM *Les Misérables - TV Spot: "I Dreamed a Dream"* [En línea] <https://www.youtube.com/watch?v=YzhibXpLY4Y> [Consulta: 7-5-15]
8. YOUTUBE.COM *Susan Boyle – Britains got talent 2009 episode 1 – Saturday 11th april* [En línea] <https://www.youtube.com/watch?v=RxPZh4AnWyk> [Consulta: 7-5-15]

ARTÍCULOS Y NOTICIAS

1. ADN.COM (2014) *Review: 'Les Miserables' reaches for the stars* [En línea]
<http://www.adn.com/article/20141022/review-les-miserables-reaches-stars>
 [Consulta: 4-6-15]
2. BENÍTEZ, A.S (2013) *Cine y Medios Sociales : Reinventando el Marketing Promocional* [En línea]
<http://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/46285/43508> [Consulta. 4-6-15]
3. BROADWAYWORLD.COM (2013) *Los miserables a punto de convertirse en la tercera película musical con mayor recaudación a nivel mundial* [En línea]
<http://www.broadwayworld.com/spain/article/Los-Miserables-a-punto-de-convertirse-en-el-tercer-musical-con-mayor-recaudacin-a-nivel-mundial-20130128> [Consultado 7-6-15]
4. ELPAIS.COM (2000) *Depardieu y Malkovich ruedan una versión de 8 horas de Los Miserables* [En línea]
http://elpais.com/diario/2000/01/22/radiotv/948495602_850215.html [Consulta: 13- 4 - 2015]
5. ELPLACERDELALECTURA.COM (2012) *Los miserables de Víctor Hugo* [En línea]
<http://www.elplacerdelectura.com/2012/12/los-miserables-de-victor-hugo.html> [Consultado: 7-6-15]

6. CERVANTES Álvaro, CORREYERO Iván, DE PEDRO Daniel. *Narrativa interactiva* [En línea]
https://wikis.uab.cat/drama_av/index.php/Narrativa_interactiva [Consulta: 15-6-15]

7. CIBEROTECA.COM *Víctor Hugo, símbolo del romanticismo francés* [En línea]
http://www.ciberoteca.com/search/autor_mes.asp?idAutor=16 [Consulta:5-6-15]

8. CLARIN.COM (2009) *El vídeo se Susan Boyle, el más escuchado de la historia de Youtube* [En línea] <http://edant.clarin.com/diario/2009/04/20/um/m-01901998.htm> [Consulta: 4-6-15]

9. LAHUELLADIGITAL.COM (2012) “*Los miserables, más que un musical, una leyenda*” [En línea] <http://www.lahuelladigital.com/los-miserables-mas-que-un-musical-una-leyenda/> [Consulta:4-5-15]

- 10.LEPARISIEN.FR *C’est le grand soir pour Les misérables* [En línea]
<http://www.leparisien.fr/loisirs-et-spectacles/c-est-le-grand-soir-pour-les-miserables-04-09-2000-2001606777.php> [Consulta:3-6-15]

- 11.LEVANTE.COM (2012) *De prófugo a detective modelo* [En línea]
<http://www.levante-emv.com/sucesos/2013/03/10/profugo-detective-modelo/980626.html> [Consulta: 7-6-15]

- 12.MARTÍNEZ, Julieta I. (2005) *Los misterios de París de Eugenio Sue : una ventana al siglo XIX* [En línea]
<http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/revistas/boletin/pdf/bol89/bol8902.pdf> [Consulta: 5-6-15]

13. MERCA20.COM (2010) *El Engagement es el arte de crear una relación de amor incondicional hacía una marca* [En línea] <http://www.merca20.com/engagement-el-termino-del-que-todos-hablan-pero-pocos-entienden/> [Consulta: 7-6-15]
14. PAGINA12.COM *Aquí 'Los Miserables' va a tener otra resonancia* [En línea] <http://www.pagina12.com.ar/2000/00-02/00-02-27/pag33.htm> [Consulta: 6-6-15]
15. PALAO ERRANDO, Jose Antonio (2012) *Hiperencuadre / Hiperrelato : Apuntes para una narratología del film postclásico* [En línea] http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa1/008.Hiperencuadre-Hiperrelato_Apuntes_para_una_narratologia_del_film_postclasico.pdf [Consulta: 5-6-15]
16. POSADAS Enrique (2013) *La escenografía como arte en el cine* [En línea] <http://www.elespectadorimaginario.com/la-escenografia-como-arte-en-el-cine/> [Consulta: 15-6-15]
17. PRNOTICIAS.COM (2012) *Un concurso digital para emocionarse con 'Los Miserables'* [En línea] <http://prnoticias.com/hemeroteca/20118774-un-concurso-digital-para-emocionarse-con-los-miserables> [Consulta 3-6-15]
19. RAMOS, R (1984) *R. Barthes, el análisis del relato literario* [En línea] <http://www.unioviedo.es/reunido/index.php/RFF/article/viewFile/1874/1746> [Consulta: 5-6-15]
20. TECHNOLOGYREVIEW.COM (2003) *Transmedia Storytelling.* [En línea] <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/> [Consulta: 15-6-15]

ANEXO 1

El saqueo del Palacio de Verano

Carta de Victor Hugo al capitán Butler

Hauteville-House
25 de noviembre de 1861

Me pide usted, señor, mi opinión sobre la expedición a China, que usted considera honorable y hermosa, y tiene la bondad de atribuir cierta importancia a mi juicio. Según usted, la expedición a China, emprendida bajo la doble bandera de la reina Victoria y del emperador Napoleón, es una gloria que compartirán Francia e Inglaterra y quisiera usted saber hasta qué punto puedo aprobar semejante victoria inglesa y francesa.

Puesto que quiere conocer mi opinión, héla aquí:

Había, en un rincón de la tierra, una maravilla del mundo que se llamaba el Palacio de Verano. El arte tiene dos principios: la Idea, donde se origina el arte europeo, y la Quimera, donde se origina el arte oriental. El Palacio de Verano era al arte quimérico lo que el Partenón es al arte ideal. Todo lo que puede crear la imaginación de un pueblo casi extrahumano estaba allí. No era, como el Partenón, una obra una y única; era una suerte de enorme modelo de la quimera, en el supuesto de que ésta pudiera tener un modelo. Imagine usted no sé qué construcción indescriptible, algo como un edificio lunar, y tendrá el Palacio de Verano. Construya un sueño con mármol, jade, bronce y porcelana y talle sus ornamentaciones en madera de cedro, cúbralo de pedrería, envuélvalo en seda, haga de él santuario aquí, harén allá, ciudadela acullá, ponga dentro dioses, ponga monstruos, barnícelo, esmáltelo, dórelo, píntelo, haga

construir por arquitectos que sean poetas los mil y un sueños de las mil y una noches, añádale jardines, estanques, chorros de agua y de espuma, cisnes, ibis, pavos reales, suponga en una palabra una suerte de deslumbradora caverna de la fantasía humana con figura de templo y de palacio: así era ese monumento. Había sido necesario el trabajo de generaciones enteras para crearlo. Tal edificio, que tenía la inmensidad de una ciudad, ¿para quién lo habían construido los siglos? Para los pueblos. Porque lo que hace el tiempo pertenece a los hombres. Los artistas, los poetas, los filósofos conocían el Palacio de Verano; Voltaire habla de él. Se decía: el Partenón en Grecia, las Pirámides en Egipto, el Coliseo en Roma, Notre-Dame en París, el Palacio de Verano en Oriente. Si no se lo veía, se lo soñaba. Era una suerte de tremenda obra maestra desconocida, entrevista a lo lejos en no sé qué crepúsculo, como una silueta de la civilización de Asia en el horizonte de la civilización de Europa.

Esa maravilla ha desaparecido.

Dos bandoleros entraron una vez en el Palacio de Verano. Uno lo saqueó, el otro lo incendió. Por lo visto, la victoria puede ser una ladrona. La gran devastación del Palacio de Verano la han cometido a medias entre los dos vencedores. Mezclado a todo ello aparece el nombre de Elgin, que tiene la propiedad fatal de recordar el Partenón. Lo que se hizo con el Partenón se ha hecho con el Palacio de Verano, más completamente y mejor, a fin de no dejar nada. Todos los tesoros de todas nuestras catedrales juntas no igualarían a ese formidable y

espléndido museo de Oriente. Había allí no solamente obras maestras de arte sino además amontonamiento de orfebrerías. Gran hazaña, excelente ganga. Uno de los dos vencedores se llenó los bolsillos, viendo lo cual el otro llenó sus cofres; y ambos volvieron a Europa cogidos del brazo. Tal es la historia de los dos bandoleros.

Nosotros, los europeos, somos los civilizados y para nosotros los chinos son los bárbaros. He aquí lo que la civilización ha hecho a la barbarie.

Ante la historia, uno de los ladrones se llamará Francia, el otro Inglaterra. Pero yo protesto y le agradezco a usted haberme brindado la oportunidad de hacerlo. Los crímenes de los que dirigen no son culpa de los dirigidos; los gobiernos son ladrones a veces, los pueblos jamás.

El imperio francés se ha embolsado la mitad de esta victoria y hoy ostenta, con una especie de ingenuidad de propietario, el espléndido baratillo del Palacio de Verano. Yo espero el día en que Francia, liberada y limpia, devuelva ese botín a la China expoliada.

Mientras tanto, hay un robo y dos ladrones. Dejo constancia de ello.

Tal es, señor, el grado de aprobación que doy a la expedición a China.

Victor Hugo